



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICA
BOULEVARD OROÑO 1261 - 2000 ROSARIO - REPÚBLICA ARGENTINA

EXP-UNR: N° 3215/2019

Rosario, 19 de marzo de 2019

VISTO: Que por Resolución n° 27300-C.D., fue aprobado el programa, objetivos y sistema de evaluación de la asignatura “Servicios Turísticos I” de la carrera de Licenciatura en Turismo

Atento a la nueva propuesta de la citada asignatura elevada por la Profesora Titular, Cont. Mag. Adela María PUIG y cuenta con el aval de la Dirección de la Escuela de Administración

Teniendo en cuenta que el proyecto presentado se adecua al plan de estudios aprobado por Resolución C.S. n° 925/2017 y a lo establecido en las pautas aprobadas según Resolución n° 27554-C.D.

CONSIDERANDO: El despacho de la Comisión de Enseñanza y lo establecido en el artículo 23°, inciso b) del Estatuto de la Universidad y

POR ELLO,

EL CONSEJO DIRECTIVO
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICA
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
RESUELVE:

ARTICULO 1° - Dejar sin efecto la Resolución n° 27300-C.D. mediante la cual fue aprobado el programa objetivos y sistema de evaluación de la asignatura “Servicios Turísticos I” de la carrera de Licenciatura en Turismo.

ARTICULO 2° - Aprobar el programa, objetivos y sistema de evaluación de la asignatura “SERVICIOS TURISTICOS I” de las carreras de Licenciatura en Turismo (Resolución C.S. N° 925/2017), y que como Anexo Único forma parte de la presente Resolución.

ARTICULO 3° - Dejar establecido que el programa que se aprueba mediante el artículo anterior entra en vigencia a partir del primer cuatrimestre del año 2019.

ARTICULO 4° - Comuníquese, cópiese y archívese.

RESOLUCIÓN N° 28162-C.D.

LIC. ADRIANA P. RACCA
Decana

Pte. Consejo Directivo

JUAN JOSE MESON

Director de Personal

a/c Dirección General de Administración

Es copia
RUBÉN O. GONZÁLEZ
Secretario - Consejo Directivo



Universidad Nacional de Rosario
Facultad de Ciencias Económicas y Estadística

Carrera: Licenciatura en Turismo (Resolución C.S. N°925/2017)

Asignatura:

SERVICIOS TURISTICOS I

Tipo de materia: obligatoria

Ciclo: Ciclo Básico - Primer año

Escuela de: Administración

Duración: Anual

Carga horaria: 120 horas

Profesora Titular: Mag. Adela María PUIG



ANEXO ÚNICO

Programa de “SERVICIOS TURÍSTICOS I”

Carrera de: Licenciatura en Turismo (Resolución C.S. N° 925/2017)

Duración: anual – carga horaria 120 horas

FUNDAMENTACION

El Turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. (OMT)

Como tal, el Turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el Turismo, hacen necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del Turismo.

El mercado actual es un mercado especialmente dinámico, en constante evolución y en el caso puntual del turismo, dependiente de la fuerte carga emocional que el consumo turístico supone para el turista.

Las empresas y organizaciones turísticas están sometidas a condicionantes como la estacionalidad, y las elevadas expectativas que el turista suele tener para satisfacer sus necesidades físicas, emocionales y espirituales.

La problemática de la empresa y el empresario, la economía y la administración de la empresa turística debe analizarse desde la mirada de las particularidades en la gestión de los distintos tipos de empresas turísticas -restaurantes, hoteles, agencias de viajes, empresas de transporte- la calidad y las nuevas tecnologías aplicadas al sector, y el crecimiento y la internacionalización de la empresa turística (Martín Rojo, 2004).

Asimismo tiene particular relevancia la creación de empresas de este sector, teniendo en cuenta aspectos tales como la ordenación del territorio, la planificación urbanística y arquitectónica, las infraestructuras o el medio ambiente en las zonas turísticas, así como las competencias de la Administración Pública y las principales instituciones, organizaciones y asociaciones turísticas.

De ahí la importancia de una adecuada gestión y formación de los recursos humanos o el papel de la intermediación en la estructura del sector como consideraciones relevantes y que las distingue de las de otros sectores. La adaptación de las formas y herramientas de gestión empresarial al escenario del sector turístico requiere una atención especial.

Como materia del ciclo básico, la misma provee al alumno y futuro profesional de los conocimientos básicos y necesarios para poder responder al desafío que presenta el turismo en la actualidad dadas sus características de fenómeno social, cultural y económico y establece las bases para el desarrollo de las materias subsiguientes relacionadas con la citada problemática.

OBJETIVOS:

Al finalizar la materia el alumno deberá:

- a. Conocer de manera general el mercado turístico y su funcionamiento.
- b. Comprender que hay de específico en los servicios turísticos, sus características y funciones, como un sistema integrado de productos y servicios más que prestaciones aisladas para satisfacer las necesidades del turista.
- c. Identificar y analizar los perfiles de consumidor turístico como el agente central en los servicios turísticos, tanto en su carácter de consumidor como de productor.
- d. Reflexionar acerca de la importancia de las decisiones estratégicas en los servicios turísticos para el desarrollo turístico considerando las tendencias actuales que configuran la oferta de servicios turísticos.

CONTENIDOS

UNIDAD 1: EL MERCADO TURÍSTICO

El Mercado turístico. Demanda, oferta y espacio geográfico. El servicio turístico. Concepto. Mercados de productos tangibles y de servicios. Características propias y comunes. La función de los servicios turísticos dentro del sistema turístico.



El consumidor turístico. El Producto turístico. Concepto, características y distinción fundamental entre servicio y producto. El producto/servicio turístico. Componentes. Ciclo de vida. Servicios elementales, servicio global y servicio de base. Posicionamiento.

La economía colaborativa y su incidencia en el sistema turístico. Los principales grupos económicos que inciden en la prestación de los servicios turísticos.

UNIDAD 2: EL TRANSPORTE

El transporte. Desarrollo histórico del transporte de pasajeros. El transporte aéreo, marítimo, fluvial, carretero, ferroviario. Características, clasificaciones, normas y organismos que los regulan, equipamientos e infraestructura necesaria para gestionar el acceso a un destino turístico.

UNIDAD 3: LA INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD

La hospitalidad: concepto y espíritu. Desarrollo histórico. Alojamientos hoteleros y extrahoteleros. Tipos y características. Las nuevas modalidades de alojamiento. Tipologías de establecimientos en función del régimen de explotación. Organización de un establecimiento hotelero. Funciones de cada uno de los departamentos. La incidencia de la tecnología en el servicio de alojamiento.

La restauración. Modelos de negocios. Funcionamiento de un establecimiento gastronómico. Tipologías. Tendencias actuales.

UNIDAD 4: LA DISTRIBUCION EN TURISMO

La distribución en el turismo. Estructura del sistema de distribución turística. Agencias de viaje. Origen y evolución histórica. Clasificación. Requisitos de apertura. Funciones. La tecnología en la intermediación: OTAS (On line Travel Agencies).

UNIDAD 5: TENDENCIAS E INNOVACION EN TURISMO

Tendencias actuales en los servicios turísticos. El impacto de la sustentabilidad en la gestión estratégica de los servicios turísticos. Especialización.

METODOLOGIA

Se trabajará con clases expositivas y técnicas de discusión, estimulando la lectura previa de los temas. Se realizarán clases magistrales y talleres.

ACTIVIDADES

Se propondrán trabajos individuales y grupales, a los efectos de promover debates y foros de discusión de temas de actualidad relacionados con los servicios turísticos. Para ello se motivará al alumno en la búsqueda de información, el estudio de casos y la resolución de situaciones actuales que plantean los servicios turísticos.

Actividades teóricas: búsqueda de información sobre temas de actualidad que se establecerán a los largo del año para cada tipo de servicio turístico

Actividades prácticas: trabajos en grupos, foros de discusión y/o estudio de casos sobre los temas investigados

CARGA HORARIA

Horas teóricas: 70

Horas prácticas: 50

Total horas de la asignatura: 120

SISTEMA DE EVALUACION

El sistema de evaluación comprenderá las siguientes instancias:

1- Durante el transcurso del año se realizará evaluaciones del proceso de aprendizaje a través de instancias evaluativas, podrán ser individuales o grupales y serán similares para cada una de las comisiones. Estas instancias evaluativas en conjunto promediadas representarán un 30% de la nota final.

2- Se realizarán 2 exámenes parciales escritos en el año, uno al terminar el primer cuatrimestre y otro al finalizar el segundo cuatrimestre. Cada parcial tendrá una valoración ponderada del 35 % de la nota final

Criterios de evaluación: Se considerarán los siguientes criterios de evaluación: conocimiento aprehendido y aplicado, creatividad, capacidad de trabajo en grupo, capacidad de síntesis y capacidad de exposición de los conocimientos incorporados.



Régimen de promoción y regularización: La composición del puntaje de las actividades evaluativas se discrimina como sigue: Primer parcial teórico – práctico escrito en el 1er cuatrimestre equivale a 35 puntos máximos, el segundo parcial teórico – práctico escrito, durante el 2do cuatrimestre equivale a 35 puntos máximos y las demás instancias evaluativas en su conjunto equivalen a 30 puntos máximos, lo que totaliza 100 puntos máximos posibles. La nota definitiva: será la sumatoria del puntaje obtenido en las evaluaciones de los trabajos prácticos y las evaluaciones parciales. Si la nota alcanzara un mínimo de 70 puntos el alumno promoverá la materia con 7 o más. Si el puntaje obtenido está comprendido entre 50 y 69,9 el alumno será regular en la materia y deberá rendir un examen escrito integrador de recuperación. Los alumnos que aprueben esta instancia de recuperación promoverán la materia con 7 o más, los que no alcancen el puntaje requerido o no se presenten, mantendrán la regularidad por el término que fije la reglamentación respectiva. Alumnos libres. Aquellos alumnos que en la sumatoria final de los trabajos prácticos y exámenes parciales obtengan un puntaje inferior a los 50 puntos, quedarán como alumnos libres y deberán rendir un examen escrito teórico y práctico, de una única instancia, en un turno de examen, sobre el contenido total de la asignatura

BIBLIOGRAFIA

UNIDAD 1

DE BORJA SOLE, Luis; CASANOVAS PLA, Joseph Andreu; BOSCH CAMPRUBI, Ramón (2002) El Consumidor turístico. Esic Madrid
MOLINA, SERGIO (2007). Fundamentos del Nuevo Turismo. De la fase industrial a la de innovación. Editorial Trillas. México
MOLINA, SERGIO (2006). El posturismo. Turismo y posmodernidad. Editorial Trillas. México
ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) Entender el Turismo: Glosario Básico.
RAMIREZ BLANCO, MANUEL (1994). Teoría General del turismo. Editorial Diana. México
SANCHO, AMPARO (1997). Introducción al turismo. Organización Mundial del Turismo

UNIDAD 2

CASANUEVA ROCHA, C. Y GALLEGRO AGUEDA, A. (2009) Empresas y Organizaciones Turísticas. Madrid: Pirámide.
HAMM, WILHELM (1994) Introducción al marketing de la aviación comercial. Ediciones Macchi
HOLLOWAY, J.C (1994) El negocio del turismo. Editorial Diana. México.
MARTÍN ROJO, I. (2004) Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico. (3ª Edición). Madrid Pirámide.
MOLINA, Sergio.(1994) Modernización de Empresas Turísticas. Diana México.
PUIG, Adela (2006) Los nuevos negocios turísticos. Valletta Ediciones. Buenos Aires
RAMIREZ CAVAZA, C. (1994) La modernización y administración de empresas turísticas Editorial Trillas. México.
SCHLÜTER, R y WINTER, G. (2003) Turismo, una perspectiva empresarial. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires
VALLS, J.F. (2004) Gestión de empresas de turismo y ocio. El arte de provocar satisfacción Ediciones Gestión 2000 Esade. España
WALLINGRE, N. (2003) Transporte carretero argentino. Ediciones turísticas. Buenos Aires
WALLINGRE, N (2003) Transporte aéreo. Ediciones Turísticas Buenos Aires

UNIDAD 3

CHON, Kye-Sung y SPARROWE, Raymond (2001). Atención al cliente en hostelería. Paraninfo. Madrid
FEIJOO, JOSE LUIS (compilador)(2015). La gestión aplicada a hotelería y turismo. Ugerman Editor
HOLLOWAY, J.C (1994) El negocio del turismo. Editorial Diana. México.
SAUCEDO, RAUL (2013). Organización y Gestión de empresas turísticas y hoteleras. Editorial Centro Cultural de la Cooperación. Buenos Aires.
RENTERIA, GABRIELA (2014). Manual de Gestión Operativa en Alimentos y Bebidas. Ediciones Elemento
VALLS, J.F. (2004) Gestión de empresas de turismo y ocio. El arte de provocar satisfacción Ediciones Gestión 2000 Esade. España

UNIDAD 4

DE BORJA SOLE, LUIS y GOMIS, JOAN M (2012) El nuevo paradigma de la intermediación turística. Editorial Síntesis. España



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICA
BOULEVARD OROÑO 1261 - 2000 ROSARIO - REPÚBLICA ARGENTINA

EXP-UNR: N° 3215/2019

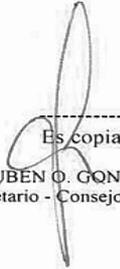
HOLLOWAY, J.C (1994) El negocio del turismo. Editorial Diana. México.
PIÑOLE, I ISABEL (1992) Gestión y técnicas de agencias de viajes. Editorial Síntesis. España
PUIG, ADELA (2006) Los nuevos negocios turísticos. Valletta Ediciones. Buenos Aires.
VEGAS, AVELINO (2006) Manual de finanzas para empresas turísticas. Editorial Síntesis. España

UNIDAD 5

DE BORJA SOLE, LUIS y GOMIS, JOAN M (2012) El nuevo paradigma de la intermediación turística.
Editorial Síntesis. España

RESOLUCIÓN N° 28162-C.D.

LIC. ADRIANA P. RACCA
Decana
Pte. Consejo Directivo
JUAN JOSE MESON
Director de Personal
a/c Dirección General de Administración


Es copia
RUBÉN O. GONZÁLEZ
Secretario - Consejo Directivo